

# MEDYADA KADIN OLMAK



PROF.DR.ÇİLER DURSUN

ANKARA ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ

CDURSUN@ANKARA.EDU.TR

# Medyada Kadın Olma Halleri

2

- Temsil edilen ve sunulan içeriğin parçası olmak
  - I. Dalga feminist hareketin yükseldiği 1970'lerde medyada yer alan kadına ve kadınlığa dair stereotipler incelendi
- Çalışan medya profesyoneli olmak
  - II. Dalga feminist hareketin güçlendiği 1980'lerde kadınların haber kuruluşları başta olmak üzere medyadaki çalışma koşulları ve mesleki pratiklerinin cinsiyetçi boyutları incelenmeye başlandı
- İçerikle etkileşen izleyici/okur olmak
  - III. Dalga feminist harekete paralel olarak kadınların izleyici/okur olarak anlamlandırıcı etkinlikleri araştırılmaya başlandı



# Medya Anlatı Türleri

3

- En eril anlatı haberdır
  - Kadınların rolleri ritüelleştirilmiştir
  - Feminist görüşler zırvadır
  - İtibarlı kaynaklar, erkeklerdir
  - Erkeklerin erkeklere dünyanın nasıl bir yer olduğunu anlatmasıdır
  - Eril bir epistemolojiye dayalıdır
  - Hakikat iddiası monolojiktir



# Medya İçeriğinde Kadınlar 1

4

- İradi ve insiyatif sahibi olmayan
- Fiziki özellikleri vurgulanan
- Toplumsal norm ve değerlerin dışına çıktığında konu haline gelen
- Zayıf ve bağımlı bir figür
- Hafif kadın/ iyi eş-anne kategorik ayrımına göre yer tutan
- Cinselliğinden arındırılan ya da aşırı cinsel yüklemelerle kurulan figürler
- Şiddetin nesnesi
- Metalaşmış

# Medya İçeriğinde Kadınlar 2

5

- Mikro çözümler: dilbilgisi öğeleri ve anlam yapılarını sergilemeye dayalı
- Genel olarak kadınların temsili değil spesifik konular etrafında temsil sorunları: şiddet, cinsellik, siyaset, din/türban
- Erkek imgesi ile karşılaştırmalı çözümler
- Farklı toplumsal cinsiyetler (eşcinsel, biseksüel, lezbiyen) çözümlene konusu yapıyor



# Medya Kuruluşlarında Kadın Çalışanlar

6

- Kurum ve kuruluşlarda çalışan kadınların sayıları ve demografik özellikleri
- Ücret ve sosyal güvenlik hakları
- Cam tavan etkisi
- Kişisel deneyimleri ve toplumsal cinsiyet farkına dayalı ayrımcı anlayışlar ve uygulamalar
- Kurum ve kuruluşların çalışma kültürlerinde cinsiyetçi söylemlerin izleri
- Hangi haber türlerine kadınların gönderildiği (moda, sağlık, yaşam Tarzı, eğitim, yeme-içme)



# Medyada Tutunma Stratejileri

7

- **Dahil olma:** erkeksi iş yapma tarzlarını üstlenme
- **Feminist:** alternatif ses sağlama stratejisi
- **Geri çekilme:** iş yerinden ayrılma, serbest çalışan olma





- “Gazetecinin cinsiyeti, onun eşitliği öne çıkaran duygu ve görüşleri benimsemesi ya da eşitlikçi pratikleri desteklemesini sağlayacak belirli değerler ve inançlar için herhangi bir garanti vermez”

- (Karen Ross, Women At Work, 2001)

